

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN SUSU
PASTEURISASI PADA PERUSAHAAN SAPI PERAH
PT. SARI INDAH KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Oleh

M. NAFIS TSANI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2009**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN SUSU
PASTEURISASI PADA PERUSAHAAN SAPI PERAH
PT. SARI INDAH KOTA PEKALONGAN**

Oleh

M. NAFIS TSANI

NIM : H2D 004 167

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan pada Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2009**

RINGKASAN

M. NAFIS TSANI. H2D 004 167. 2009. Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Volume Penjualan Susu Pasteurisasi pada Perusahaan Sapi Perah PT. Sari Indah Kota Pekalongan (*The Influence of Marketing Mix on the Selling Volume of Pasteurized Milk at PT. Sari Indah Dairy Farm, Pekalongan City*). (Pembimbing : **KUSTOPO BUDIRAHARJO** dan **MIGIE HANDAYANI**).

Penelitian ini bertujuan 1). untuk mengetahui volume penjualan susu pasteurisasi di PT. Sari Indah Kota Pekalongan. 2). Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap volume penjualan yang meliputi produk, harga, biaya distribusi dan biaya promosi. Penelitian ini di laksanakan pada bulan September-Oktober 2008 di PT. Sari Indah Kota Pekalongan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dan wawancara langsung. Data-data tersebut berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung dengan responden yaitu pimpinan, manager dan staf karyawan perusahaan yang berpedoman pada kuesioner. Data sekunder diperoleh dari catatan pembukuan di Perusahaan Sapi Perah PT. Sari Indah Kota Pekalongan 36 bulan terakhir yang meliputi produk, harga, biaya distribusi dan biaya promosi. Analisis data yang digunakan yaitu uji F, uji t dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan model persamaan $Y = 19474,525 + 1,025 X_1 - 0,303 X_2 + 0,019 X_3 - 0,022 X_4$ besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,993 artinya 99,3% variasi volume penjualan (Y) dapat dijelaskan oleh variasi yang terdapat pada variabel jumlah item produk (X_1), harga (X_2), biaya distribusi (X_3), dan biaya promosi (X_4), sedangkan 0,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah secara serempak jumlah item produk (X_1), harga (X_2), biaya distribusi (X_3) dan biaya promosi (X_4) berpengaruh sangat nyata terhadap volume penjualan (Y). Secara parsial produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh sangat nyata terhadap volume penjualan (Y) sedangkan biaya distribusi (X_3) dan biaya promosi (X_4) tidak berpengaruh terhadap volume penjualan (Y).

Kata Kunci : volume penjualan, susu pasteurisasi